



LOLOW

ÍNDICE

1. Introducción
2. Idea de negocio
 - Propósito
 - Misión
 - Visión
3. Marketing analítico
 - DAFO
 - CAME
 - PESTEL
4. Marketing estratégico
 - Canvas
 - Buyer persona
5. Marketing Operativo
 - Las 4 Es
 - Propuesta de valor
6. Customer Journey
7. Funnel de ventas
8. Branding
 - Logo
 - Color
 - Tipografía
9. Personalidad de la marca
10. KPI's
11. Ux/UI
 - Necesidades del usuario
 - Boceto
 - Storyboard
 - Mockup
 - Arquitectura de la información
 - Prototipado funcional
12. Medios para dar a conocer la marca
 - Owned Media
 - Redes sociales
 - Instagram
 - Facebook
 - LinkedIn
 - Tick tock
 - Paid Media
 - Google Ads
 - Marketing con influencers
13. Landing page
 - Keywords
 - SEO
14. Accesibilidad
15. Email Marketing

“Diseñando el presente para entrar de lleno en el futuro”

La página web donde podrás diseñar tu empresa en el estilo que más te guste.

LOcal LOgo Web



PROPÓSITO

MISIÓN

VISIÓN

PROPÓSITO

Nos hemos marcado como propósito conseguir que todos los EMPRENDEDORES puedan hacer sus sueños realidad de una forma rápida, dinámica y divertida.

¿Cómo lo hemos conseguido?

Sintetizando en una sola página web todo lo necesario para que cualquiera pueda realizar el **branding** y la **estrategia de marketing** para su negocio.

¿Qué puedes hacer en LOLOW?

Realizar el branding



Comprar en la tienda



Estrategia de Marketing personalizada



MISIÓN



Nuestra misión es facilitar en todo lo posible la creación de un proyecto y la puesta en marcha a los emprendedores y a las PYMES que deseen reinventar su marca.

Realización de branding.

Podrás realizar el diseño de tu local a tu gusto, decidir cuál es el logo que más combina con tu empresa, elegir tu tarjeta de visita y el flyer (o menú) , también podrás descargarte una plantilla de página web con el diseño que más te guste.

Compras en la tienda.

Para completar el diseño de tu local, tendrás a tu disposición montones de muebles, plantas y decoración para tu local.

Estrategia de Marketing personalizada.

Una vez puesto en marcha tu negocio, ¿te gustaría que un profesional te ayudase a realizar una buena campaña de Marketing online? Tenemos dos tarifas diferentes que se adaptan a tus necesidades.

VISIÓN

En España el 90% de las empresas son PYMES. Solo en el año 2020 se crearon 102.169 empresas, teniendo local más de la mitad de ellas.

Nuestra visión es conseguir ser una empresa de referencia para todos aquellos emprendedores que necesiten apoyo en la creación de sus negocios.

Queremos que todos nuestros clientes tengan:

Visualización en
redes sociales



Página web
profesional



Locales de
diseño



MARKETING ANALÍTICO



DEBILIDADES

- Poco conocimiento del sector.
- Momento de crisis.
- Miedo al cambio.
- Precio elevado.
- Falta de financiación.
- Falta de conocimientos.
- Iniciar la actividad en solitario.
- Costos de licencias.
- Equipo.

AMENAZAS

- Empresas de marketing digital ya establecidas.
- Nuevo producto sin público creado.
- Falta de información sobre el sector.
- Falta de experiencia.

FORTALEZAS

- Momento de cambio y digitalización.
- Mayor curiosidad por las redes sociales y Webs.
- Mi carácter.
- Flexibilidad en el trabajo.
- Creatividad.
- Experiencia en atención al cliente.

OPORTUNIDADES

- Aumento en el uso de internet por parte de las PYMES.
- Mejorar la visibilidad de las empresas.
- Colaboración con otras empresas.
- Redes sociales.
- Página web propia.

D
A
F
O

CORREGIR DEBILIDADES

- Investigar a fondo el sector.
- Paliar el miedo mostrando los beneficios del producto.
- Buscar financiación a través de ayudas del estado y de Crowdfunding.
- Buscar apoyo en gente especialista en distintas áreas del proyecto y pedirles consejo.

MANTENER FORTALEZAS

- Apoyarse en los nuevos cambios que hay a la hora de consumir, para utilizarlos a la hora de publicitarse.
- Utilizar las redes sociales y la web para generar clientela.
- Continuar desarrollando mi creatividad y aprendiendo.
- Autoformarme.
- Utilizar mis habilidades cara al público.

AFRONTAR AMENAZAS

- Buscar empresas similares, que aunque no vendan el mismo producto sigan el mismo sistema.
- Publicitar el producto para que empiece a ser conocido.
- Hacer encuestas y preguntar a las PYMES para saber qué es lo que necesitan y en que podría ayudarles mi producto.

EXPLORAR OPORTUNIDADES

- Asociarse con empresas de muebles.
- Trabajar con las redes sociales para la atención al cliente.
- Trabajar a través de llamadas telefónicas con los clientes.
- Posicionamiento web.
- Publicidad a través de redes sociales.

C
A
M
E

	FACTOR	DETALLE	CORTO PLAZO (1 mes o menos)	MEDIO PLAZO (de 1 a 3 años)	LARGO PLAZO (más de 3 años)	IMPACTO
Político	Ayudas COVID19	El 17 de marzo, el Consejo de Ministros aprobó un Real Decreto-Ley que recoge medidas dirigidas a dar apoyo a las familias: ayudar a trabajadores y autónomos que vean minorados sus ingresos debido a la crisis del COVID 19; apoyar a las empresas con liquidez y flexibilidad para preservar el empleo.	X			Positivo
	Política de subvenciones	Existen varias políticas de subvenciones, en mi caso podría acogerme a las subvenciones y ayudas a la mujer emprendedora. Gracias a estas subvenciones se puede acceder a microcréditos, a una tarifa plana para autónomos y acceso a programas de apoyo empresarial a las mujeres PAEM. Además de también existen ayudas para emprendedores de menos de 30 años.		X		Muy positivo
	Inestabilidad política	Existe inestabilidad política que se arrastra desde la anterior crisis en 2008, empeorando actualmente con la crisis del COVID19. Esta inestabilidad política genera un impacto negativo en la recuperación económica			X	Muy negativo
	Burocracia	Existe un alto nivel de burocracia a la hora de crear una empresa. Variará dependiendo de si eres empresario individual, sociedad civil, comunidad de bienes o empresa. Siendo la creación de la empresa la que más burocracia requiere.		X		Negativo
Económico	Crecimiento económico	Actualmente se está produciendo un crecimiento económico el cual está siendo mucho más lento del que se tenía previsto, con tan solo una crecida del 4,5% de PIB frente al 9,5% que se preveía.			X	Indiferente
	Decrecimiento clase media Española	Se prevé para el 2022 un decrecimiento de la clase media española, haciendo que gran parte de la población pase a formar parte de la clase media baja			X	Negativo
	Tasa de desempleo	La tasa de desempleo en el 2021 es de 14,1%		X		Negativo



	Crecimiento autonomos	El ritmo de crecimiento de los trabajadores autónomos es de 2,54% anual, representando actualmente el 17,3% del empleo en España		X		Muy positivo
Socio cultural	Edad media de la población	La edad media en España es actualmente de 44 años, una cifra muy elevada, indicando que la población española esta envejecida				Negativo
	Nivel formativo	El nivel formativo de la población adulta en España (entre 25 y 64 años) ha mejorado ya que el porcentaje de adultos postobligatorio ha pasado del 51,1% al 60,2%.			X	Positivo
	Consumismo	España es uno de los países más consumistas dentro de la Unión Europea. El 36% de los españoles asegura que las redes sociales influyen en sus decisiones de compra, aumentando el consumo considerablemente.		X		Muy positivo
Tecnológico	Uso de internet	En el año 2021 en España, el 93,9% de la población de 16 a 74 años ha utilizado Internet en los últimos tres meses, 0,7 puntos más que en 2020. Esto supone un total de 33,1 millones de usuarios	X			Muy positivo
	Innovación	España ha sido uno de los países en donde la innovación ha ido creciendo poco a poco, hasta el punto de convertirse en un país con buenas proyecciones en cuanto a innovación tecnológica, educativa, empresarial y también medica, y es que cada vez son mayores las inversiones		X		Muy positivo
	Inversión	España destinará en 2022 un 40% de los fondos europeos a industria, energía, I+D+i y digitalización España destinará un 40% de los 27.633 millones de euros que recibirá de los fondos 'Next Generation UE' el próximo año a los sectores de industria, energía, I+D+i y digitalización, según el anteproyecto de Presupuestos Generales del Estado.		X		Positivo
	Hábitos de consumo	En España un 76% de los Españoles ha cambiado su hábito de consumo para luchar contra el cambio climático	X			Muy positivo



Ecológico	Energías renovables	España cumple los objetivos europeos de penetración de energías renovables. Actualmente un 21,2% de la energía consumida en España es de origen renovable.	X		Positivo
	Ciudades más contaminadas	Tres de las 10 peores ciudades por contaminación en Europa pertenecen a España, siendo Madrid la que tiene una mayor mortalidad provocada por la contaminación atmosférica.		X	Muy negativo
	PNCCA	El Programa Nacional de Control de la Contaminación Atmosférica ha sido creado a nivel internacional, europeo y nacional. Con este programa se permitirá reducir de manera significativa los niveles de contaminación.		X	Muy positivo
Legal	Leyes regulación laboral	Existen multitud de leyes de regulación laboral en España, la principal es el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.	X		Indiferente
	Ley defensa de la competencia	En España existe la Ley 15/2007, de 3 de julio, de defensa de la competencia.	X		Positivo
	Leyes protección al consumidor	El artículo 51 de la Constitución Española de 27 diciembre 1978 establece que los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.	X		Indiferente
	Intervencionismo	España no es actualmente uno de los países más intervencionistas, está situado en el puesto número 19 en el ranking (se mide en total los 28 países de la UE).	X		Positivo

MARKETING ESTRATÉGICO



LEAN CANVAS

PROBLEMA

- Dificultad a la hora de diseñar el branding en un negocio.
- Se necesita investigar mucho para conseguir resultados.
- Desconocimiento de posicionamiento web y redes sociales por parte de las empresas.
- Desconocimiento en diseño y composición por parte de los nuevos empresarios.

SOLUCIÓN

Creación en una sola página web de todo lo necesario para poner en crear el diseño de tu negocio
Además de poder contratar ayuda para realizar el marketing digital de la empresa.

MÉTRICAS CLAVE

- Número de leads generados.
- CPL.
- Tasa de conversión.
- CAC.
- CPC.
- ROI.
- Visitas en la web.

PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA

- Diseñar tu negocio en un solo espacio web, facilitando la elección de los elementos que compondrán tu empresa.
- Puedes elegir el diseño del local, el logo ,las tarjetas de visita y flyers (o menú) y elegir el diseño de tu página web.
- Puedes contratar el apoyo de nuestros profesionales del marketing para llevar a cabo el marketing digital de tu empresa.

VENTAJA ESPECIAL

Si tienes cualquier duda a la hora de realizar el proceso de creación podrás ponerte en contacto con un agente que te ayudará en todo lo posible.

CANALES

- Redes sociales.
- Google Ads.
- Email Marketing.
- Marketing con Influencers.
- Youtube.

SEGMENTO DE CLIENTES

- Emprendedores que inician un nuevo proyecto.
- PYMES que quieren reinventarse y adaptarse a las nuevas exigencias del mercado.

ESTRUCTURA DE COSTES

- Servidor.
- Campañas producto de el marketing digital.
- Sueldos.
- Costos de licencias.

FLUJO DE INGRESOS

- Comisión por la venta de productos de la tienda.
- Venta de logo.
- Venta de diseño de tarjetas de visita y flyers.
- Venta del diseño de la página web.
- Suscripciones para poder tener acceso a una estrategia de Marketing y apoyo.

BUYER PERSONA

Conoce a nuestros buyer persona:



Antonieta la Simpática

- **Puesto**
 - Autónoma
- **Edad**
 - Entre 25 y 35 años
- **Nivel de educación más alto**
 - Secundario o equivalente
- **Redes sociales**
 - Facebook, Instagram, Tick tock y Pinterest
- **Canal favorito de comunicación**
 - Redes sociales
- **Metas u objetivos**
 - Crear su negocio
 - Conseguir clientela
 - Conseguir visualización
- **Dificultades**
 - Desconocimiento en creación de marca y decoración para el local
 - Darse a conocer online
 - Atraer clientela

Resumen:

Antonieta es una emprendedora, quiere montar una cafetería donde se ofrecen diferentes tipos de cupcakes, es su sueño desde hace mucho tiempo y por fin ha decidido hacerlo realidad.

Su presupuesto es reducido, comenzará de poquito en poquito y podrá ir mejorando poco a poco el negocio.





Paco Merte

- **Puesto**
 - Camarero
- **Edad**
 - Entre 25 y 40 años
- **Nivel de educación más alto**
 - Secundario o equivalente
- **Redes sociales**
 - Instagram y Twitter
- **Canal favorito de comunicación**
 - En persona
- **Metas u objetivos**
 - Crear su restaurante
 - Darse a conocer en el barrio
 - Convertirse en uno de los mejores restaurantes de la zona
- **Dificultades**
 - Falta de tiempo
 - No tiene asesoramiento

Resumen:

Lleva mucho tiempo trabajando de camarero para otro, quiere montar su propio negocio.

Tiene dinero ahorrado y quiere hacerlo bien.

Sabe lo difícil que es destacar en el mercado actual, por ello decide que además de diseñar su local le gustaría que alguien le ayudase con el marketing

María Malaspulgas

- **Puesto**
 - Peluquera
- **Edad**
 - Entre 45 y 55 años
- **Nivel de educación más alto**
 - Secundario o equivalente
- **Canal favorito de comunicación**
 - En persona
- **Metas u objetivos**
 - Ampliar clientela
 - Mejorar su negocio.
- **Dificultades**
 - Clientela envejecida
 - Competencia en el barrio

Resumen:

Su sobrina le enseñó la web, desconfía bastante y es dura de mollera, pero su sobrina le enseña las ventajas de mejorar el local y decorarlo correctamente.

La peluquería que tiene está anticuada y las clientas muy mayores, necesita ampliar mercado.

Es una mujer con mucho carácter, muy quejica y hay que explicarle absolutamente todo.

Al cabo cierto tiempo hablando con el agente se anima a probar, como ella bien dijo; *“eso del marketing digital a ver si funciona, pero como sea un timo de esos la tenemos”*.



MARKETING OPERATIVO



LAS 4 ES



Experiencia

El cliente a través de la página web **podrá realizar todo su proyecto** haciendo las combinaciones que quiera, con la finalidad de encontrar su diseño ideal.
Si el cliente no comprende algo, **tendrá siempre el soporte** de un agente que le ayudará a resolver las dudas.



Intercambio

Una vez el cliente tiene su negocio montado puede acceder a dos suscripciones, la **Basic** y la **Premium**.
Siendo la Basic un apoyo a la hora de generar contenido para sus redes y página web y con la Premium teniendo un acceso a un plan de marketing digital completo.



Omnipresencia

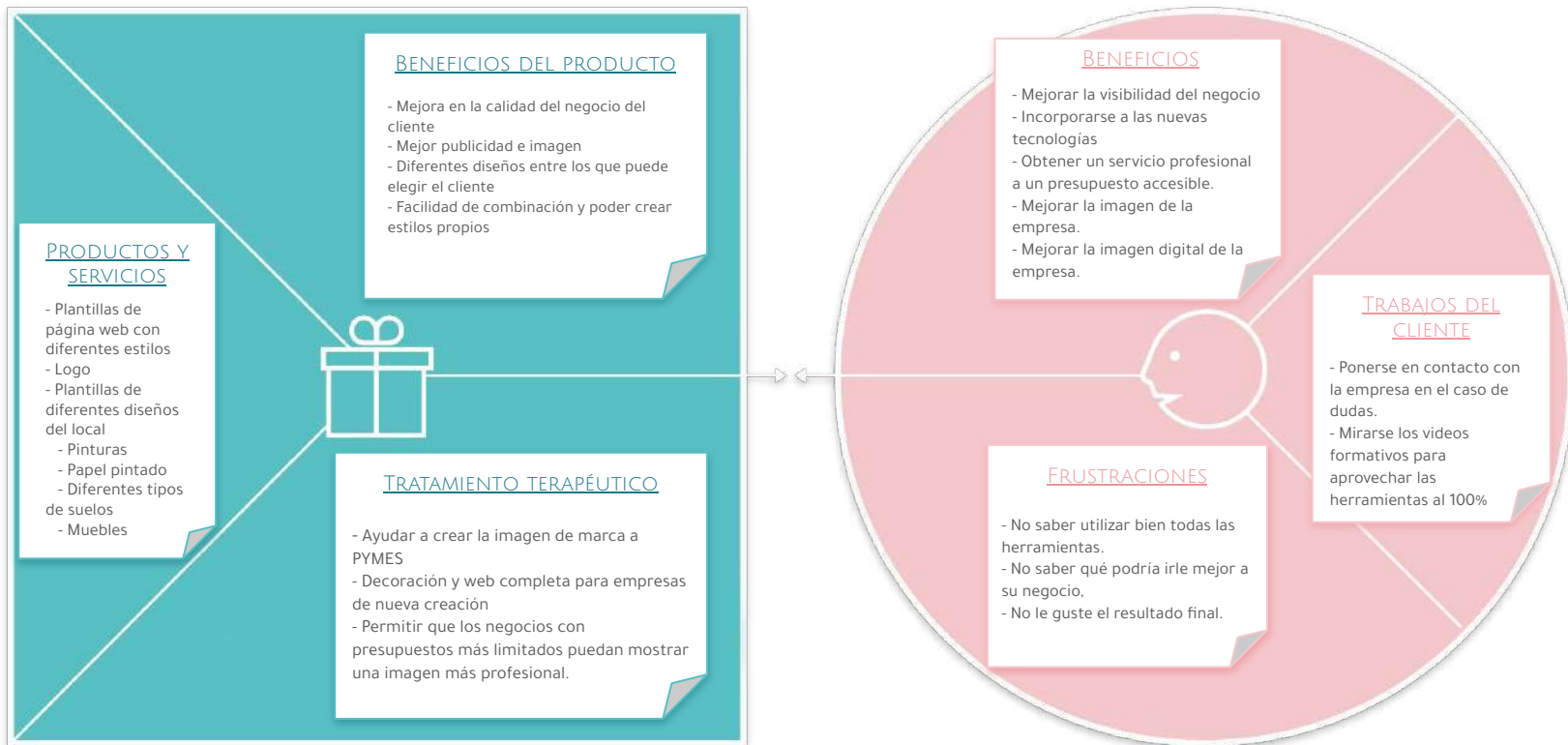
La principal forma de alcanzar al público objetivo será a través de **SEO** y **SEM** (con google Ads), también a través de un canal de **youtube** con videos formativos, **mailing** personalizado y **redes sociales**.



Evangelismo

Para conseguir que nuestros clientes hablen en internet de nuestros productos, se creará un **sentimiento de pertenencia de marca** fuerte. Esto se conseguirá acompañando a todos nuestros clientes a través de todo el proceso de creación de su negocio.

PROPUESTA DE VALOR



CUSTOMER JOURNEY





Visualización de anuncio



Llamada de atención del cliente



Acceso a página web e investigación de la marca



Acceso a la herramienta

Fases de marketing



Creación de un nuevo proyecto



Quiere guardar



Registro y acceso a su área personal

Elección de productos



Carrito de compra



Quiere comprar



Carrito de compra y registro



Pago



Fases de venta

Fases de producto



Cliente que ha comprado decoración

Pedir valoración, reseñas y fotografía del proyecto.

Seguimiento del proyecto del cliente

- Mails formativos
- Llamadas telefónicas de su asesor personal.



Cliente que ha comprado página web



Correo con info sobre las suscripciones del servicio de Marketing Digital



Llamada captación por parte del asesor

Fases de producto

Concienciación

Fases de marketing

¿El cliente quiere saber más?

No

Agradecer y quedar a disposición por si tiene interés en el futuro.

Si

Citar para videollamada con un experto



Realizar suscripción

Comenzar plan de Marketing con asesoramiento continuo.

Fases de venta

Fases de producto

FUNNEL DE VENTAS



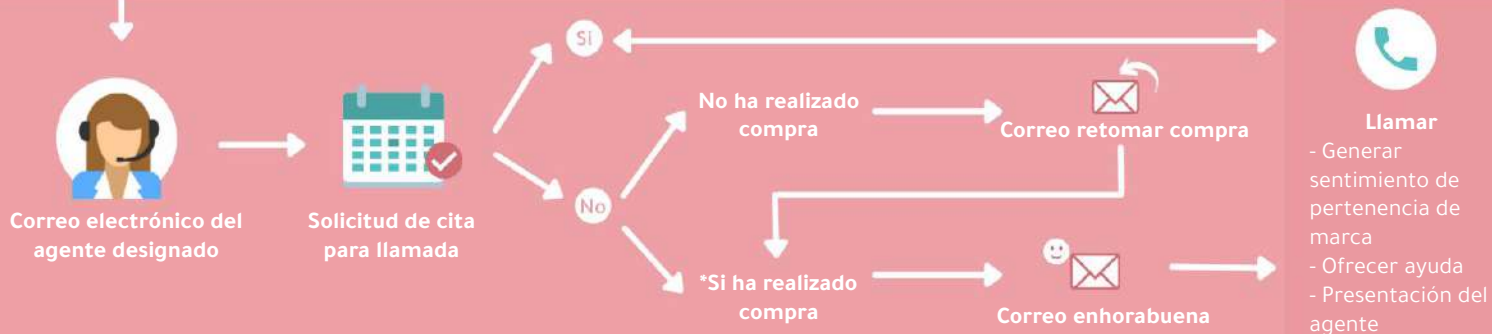
TOFU



MOFU



BOFU



BRANDING



LOGO

Se ha decidido representar la marca a través de un imagotipo.

El imagotipo está conformado por dos figuras y el nombre:

- **El cliente:** en el centro de la imagen, en forma de extracción se encuentra el perfil de una figura humana sin definir. Con esta imagen se representa la figura del cliente.
- **El pincel:** en el centro de la imagen abarca casi toda la parte media del cliente.
- **El nombre:** nombre de la empresa.

La unión de ambas figuras representa la creatividad del cliente, y la capacidad de diseñar su propia imagen de marca.

LOLOW se puede situar tanto en la parte inferior o como lateral del logo.

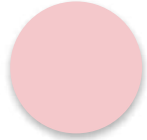
El nombre de la empresa resume lo que se puede realizar en la web:

- **LO:** Diseña tu **local**
- **LO:** Crea tu **logo**
- **W:** Elige tu **Web**



LOLOW

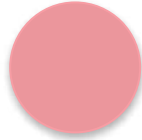
COLOR



#f4c8cb



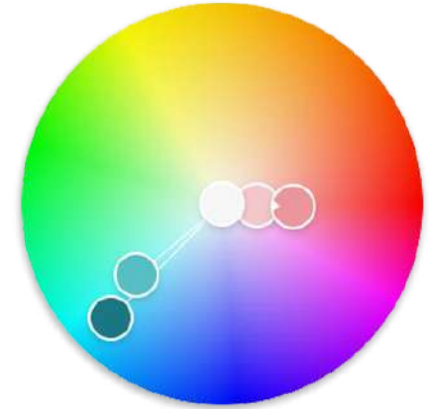
#57bfc3



#eb969c



#F6F6F6



Los colores establecidos se encuentran prácticamente en posiciones opuestas del círculo cromático pero sin llegar a ser complementarios.

La elección de estos colores se debe a:

- **Tonos rosas:** El rosa representa la diversión, la juventud y, confianza.
- **Tonos azules:** aportan calma e integridad.

Los **colores principales** son el rosa claro, azul claro y rosa oscuro, el gris se utiliza como color secundario.

La **tonalidad** se acerca a los colores **pastel**, buscando eliminar la distancia con el cliente, aportando colores amables y algo disruptivos dentro del sector.

TIPOGRAFÍA

La tipografía elegida para el proyecto es:

MOONISING

JULIUS SANS ONE

Tajawal

El **logo** se ha realizado con Moonising y puede quedar representado de diferentes maneras dependiendo de donde se sitúe en nombre y el color de fondo.



Los **títulos** se escriben con Julius Sans One ya que es una tipografía muy limpia y clara que permite una lectura fácil además de aportarle un toque juvenil.

El **texto** está escrito con Tajawal, el tamaño y forma de las letras, facilitan mucho la lectura de los textos, esta podrá ser sustituida con Verdana en el caso de que algún navegador no tenga compatibilidad.

PERSONALIDAD DE LA MARCA

La marca tiene una personalidad **juvenil y cercana**.

Desde el minuto uno, se integra al cliente dentro de la marca, haciéndole sentir que está acompañado durante todo el proceso.

Busca conquistar a todos aquellos emprendedores que necesiten que les ayuden a realizar su proyecto, creando una imagen de confianza y seguridad.

Las imágenes utilizadas **muestran la vitalidad y energía que requiere la creación de un nuevo proyecto**.

Son **imágenes inclusivas** que muestran todo tipo de personas, de diferentes razas, tipos de cuerpo y discapacidades, creando una variedad infinita de personas que se puedan sentir identificadas con la marca.

El público objetivo de LOLOW son principalmente personas de entre 25 años a 40 años, ya que son principalmente los que más suelen emprender en España.

Aunque no olvidamos al resto de emprendedores de mayor edad, pero estos, normalmente serán atraídos más por prescripción



KPI'S



Tasa de abandono

0000 ▲

ROI

00% ▲

Coste por clic

00€ ▲

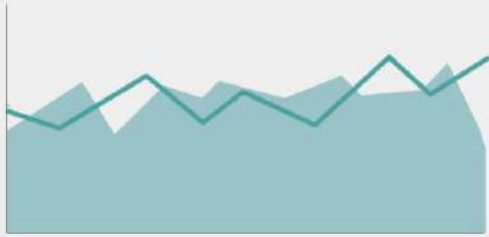
Coste conversión

00€ ▲

Coste por mil

00€ ▲

Visitantes



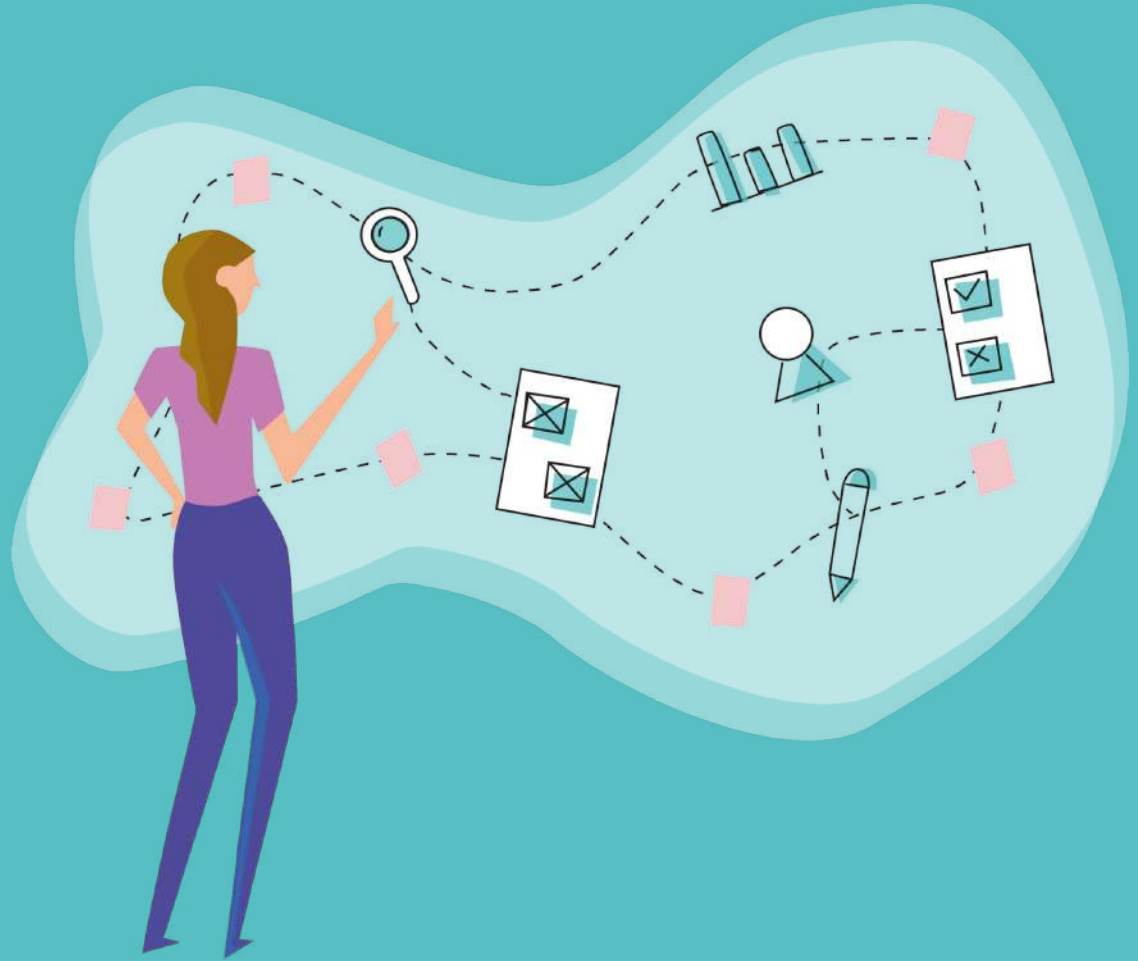
Conversiones



Recogida de datos



UX/UI



NECESIDADES DEL USUARIO

La página web, es una herramienta que busca simplificar al máximo la creación de un nuevo negocio, facilitando la creación de una imagen de marca y diseño del local. Una vez el negocio ha sido consolidado, la herramienta continúa el camino con el emprendedor y le aporta el apoyo a nivel de marketing para mejorar el posicionamiento web y la visibilidad en redes sociales.

**Crear el branding
de la empresa**

**Facilidad para
diseñar el negocio**

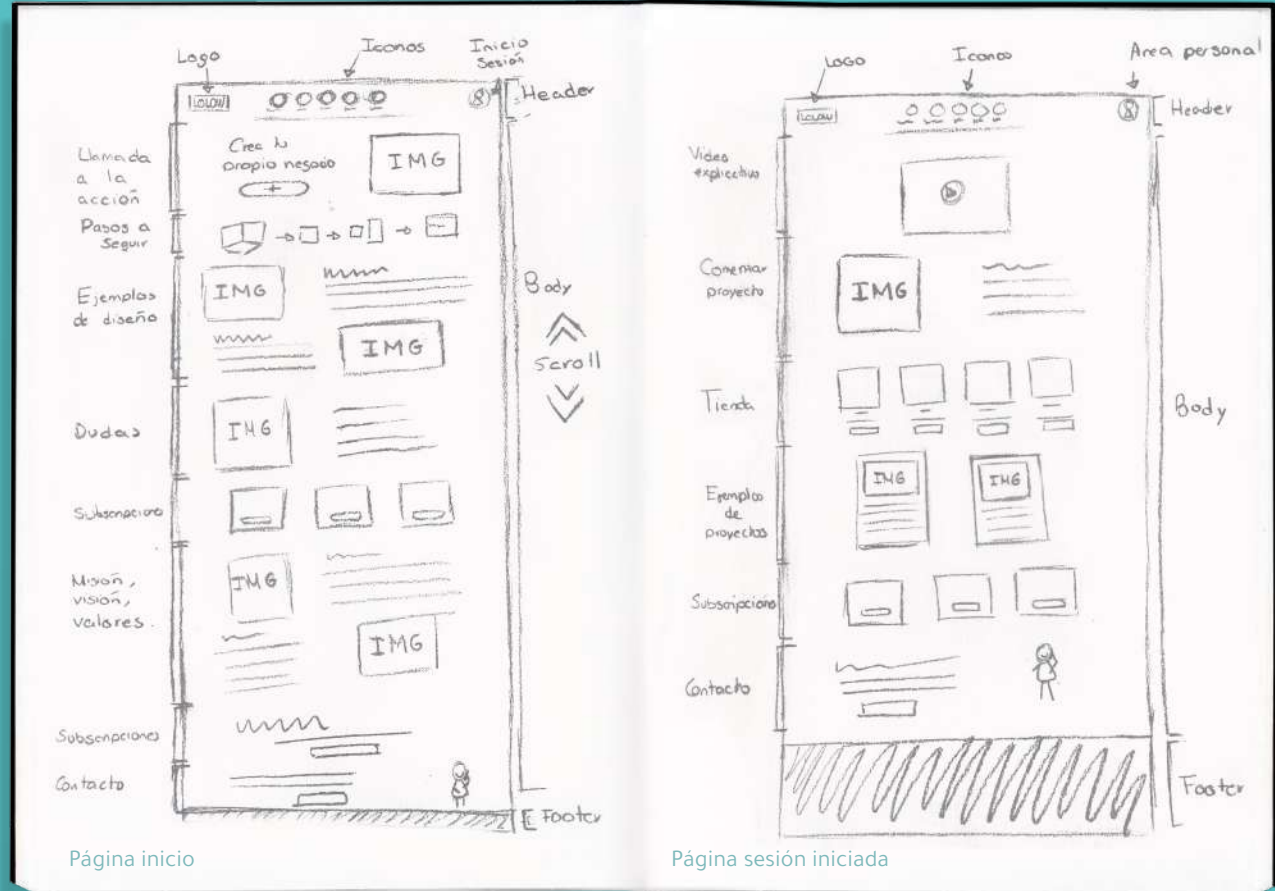
Diseño Web

**Resolución de
dudas**

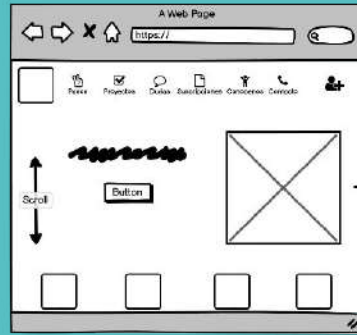
**Posicionamiento
web**

**Aumento de
clientes**

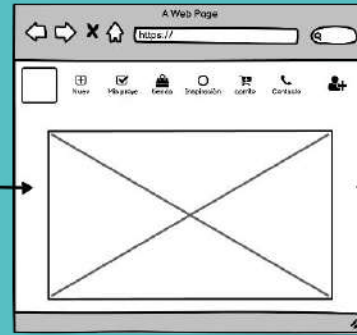
BOCETO



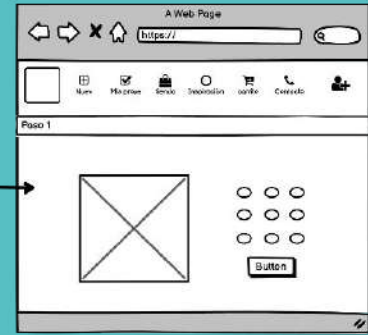
STORYBOARD



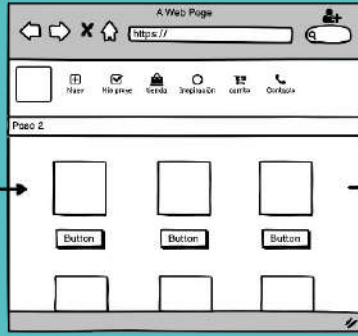
Página inicial



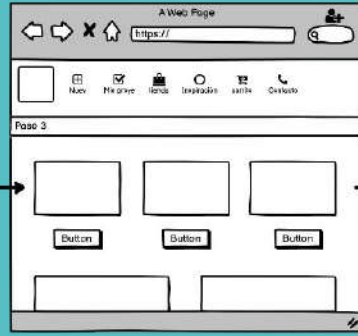
Inicio de sesión



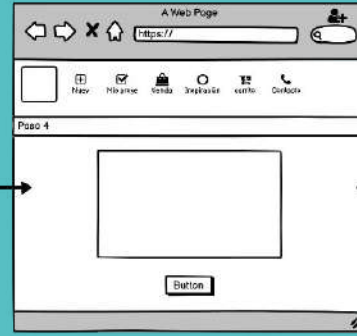
Paso 1 del proyecto
Selección de pintura, papel pintado y suelo



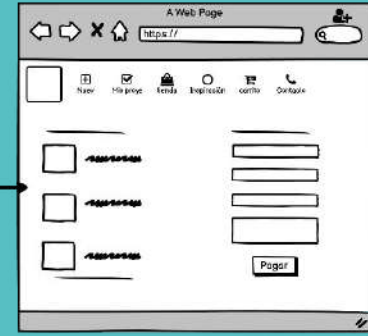
Paso 2 del proyecto
Selección de logo



Paso 3 del proyecto
Selección de tarjetas de visita y menú



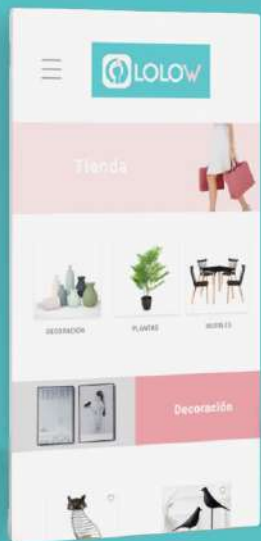
Paso 4 del proyecto
Selección de página Web



Página de Check out

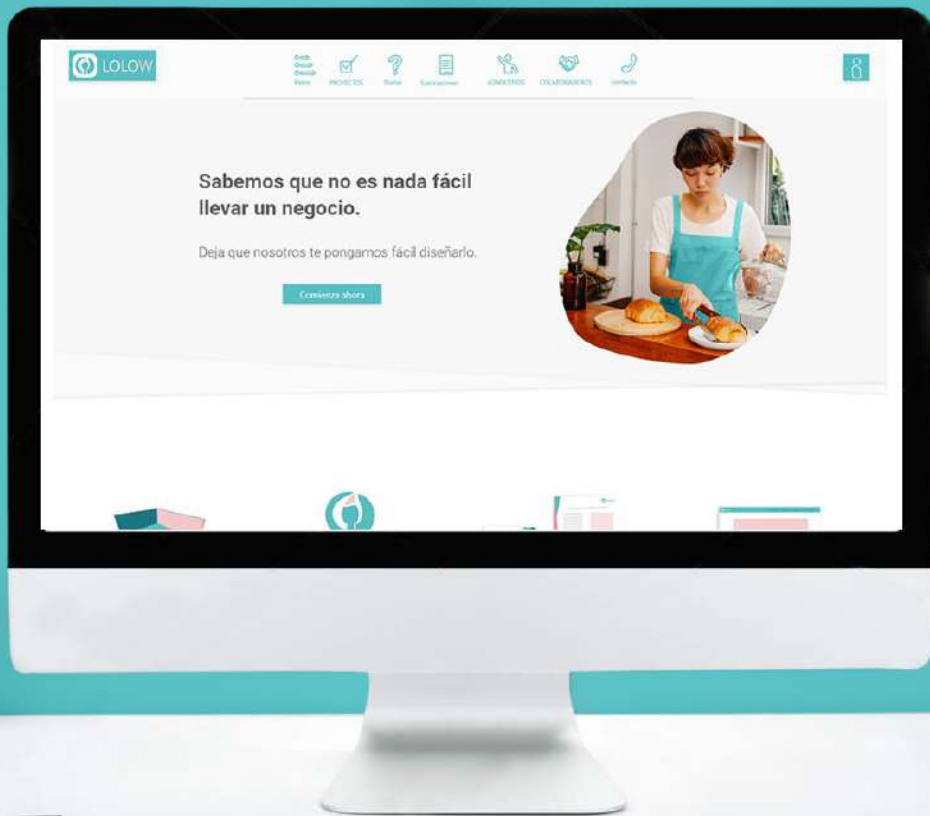
MOCKUP

Móvil

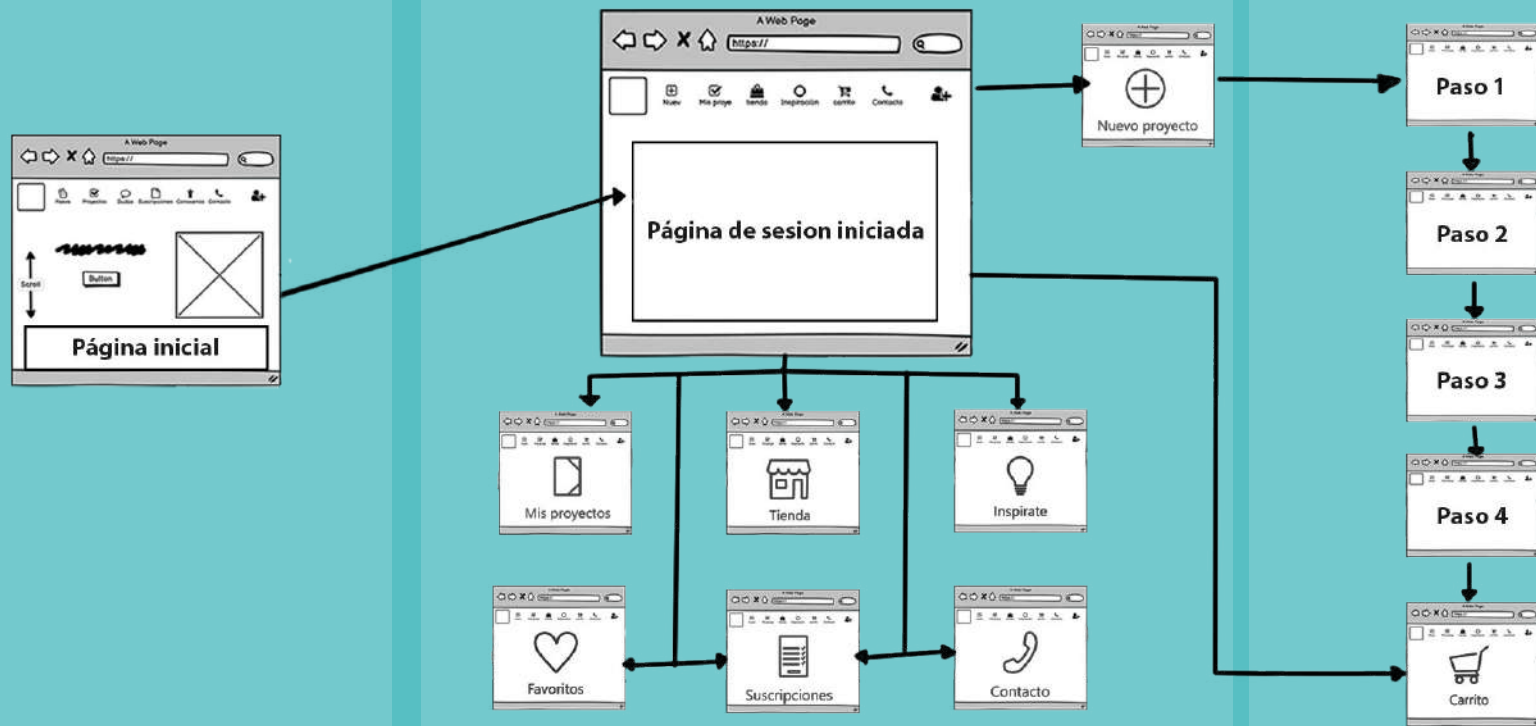


MOCKUP

Ordenador



ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN



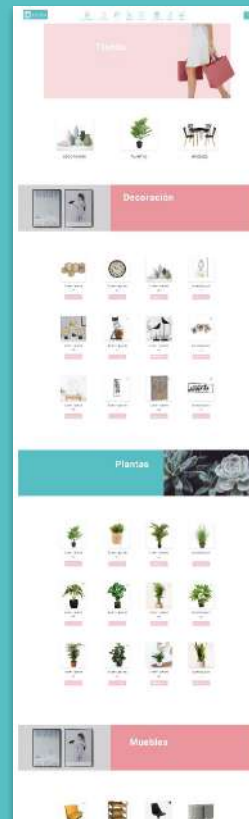
Single page website

Hub & Spoke

Nested Doll

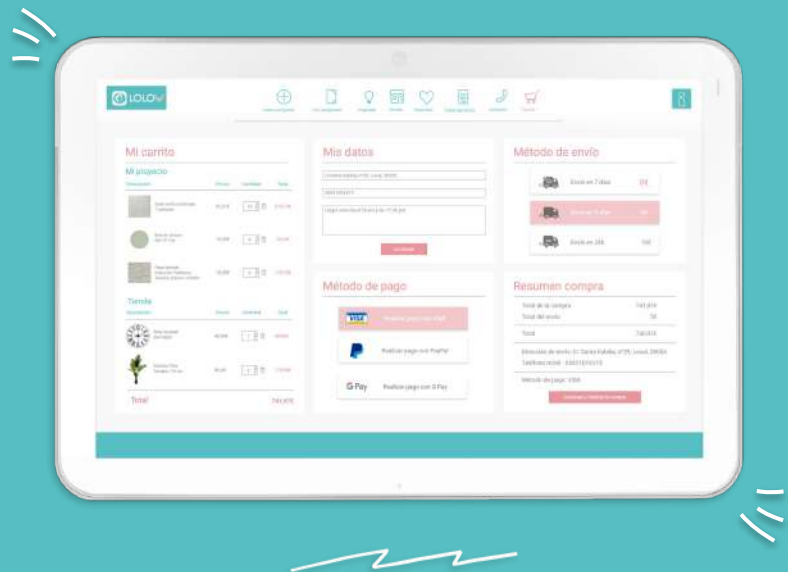
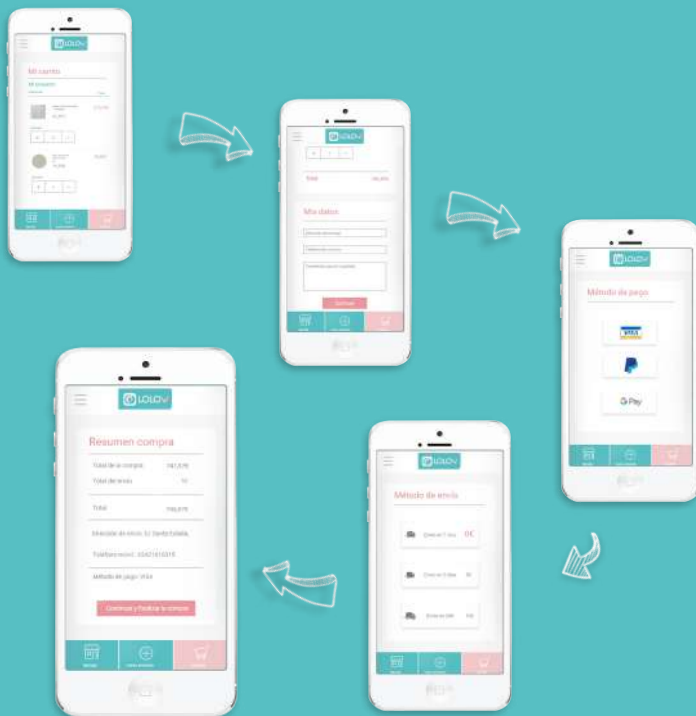
PROTOTIPADO FUNCIONAL

<https://lorena.mdamplus.com/olow/>



PROTOTIPADO FUNCIONAL

Check out



OWNED MEDIA



INSTAGRAM

Contenido:

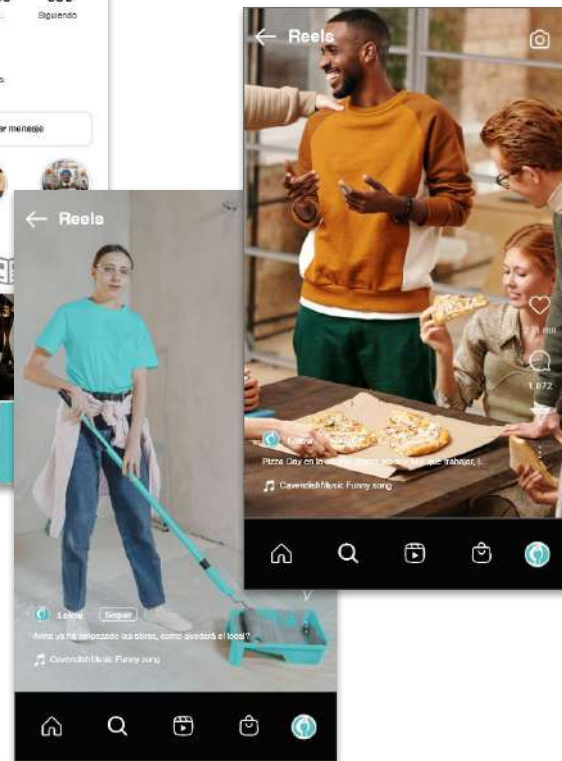
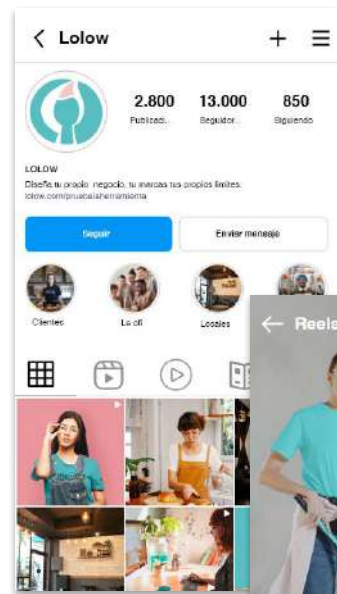
- Principalmente el contenido se centrará en cuatro ejes:
 - **Humanizar la empresa:** mostrar contenido de los trabajadores, presentar al equipo y hacerles partícipes de las redes sociales.
 - **Mostrar a los clientes:** entrevistas a los clientes y mostrar sus diseños.
 - **Locales:** enseñar como quedan los locales y los diferentes diseños que realizan.
 - **Colaboradores:** presentar a las empresas colaboradoras y mostrar cómo trabajan.

Publicaciones:

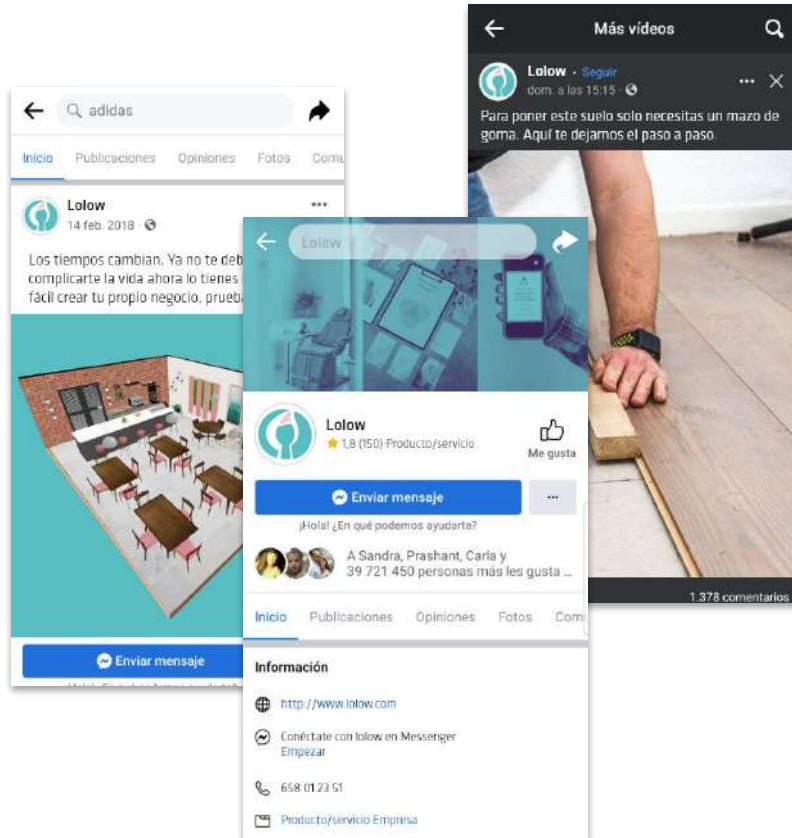
- 2 post / semana
 - Foto o video
- 2 reels/ semana
 - Video máximo 60 seg
- 3 historias /día
 - Foto o video

Interacciones

- Interacciones con comentarios



FACEBOOK



Contenido:

- En facebook se seguirán dos corrientes distintas:
 - **Mostrar paso a paso la herramienta** y cómo podemos llevarlo a cabo en nuestro local.
 - **Videos de manualidades** que enseñan cómo puede uno mismo decorar el local con los materiales adquiridos a través de la herramienta.

Publicaciones:

- 3 historias/día (compartidas con instagram)
 - Foto o video corto
- 2 post/ semanales
 - Foto o video corto
- 1 video /semanal
 - Video largo hasta 15 min

Interacciones

- Interacciones con comentarios

LINKEDIN

Contenido

- El contenido en linkedin se centrará en:
 - **Mostrar la imagen de la empresa:** enseñar a través de la red social a que se dedica la empresa.
 - **Educar:** contenido educativo que pueda ayudar a las empresas a mejorar.
 - **Enseñar proyectos ya finalizados**

Publicaciones:

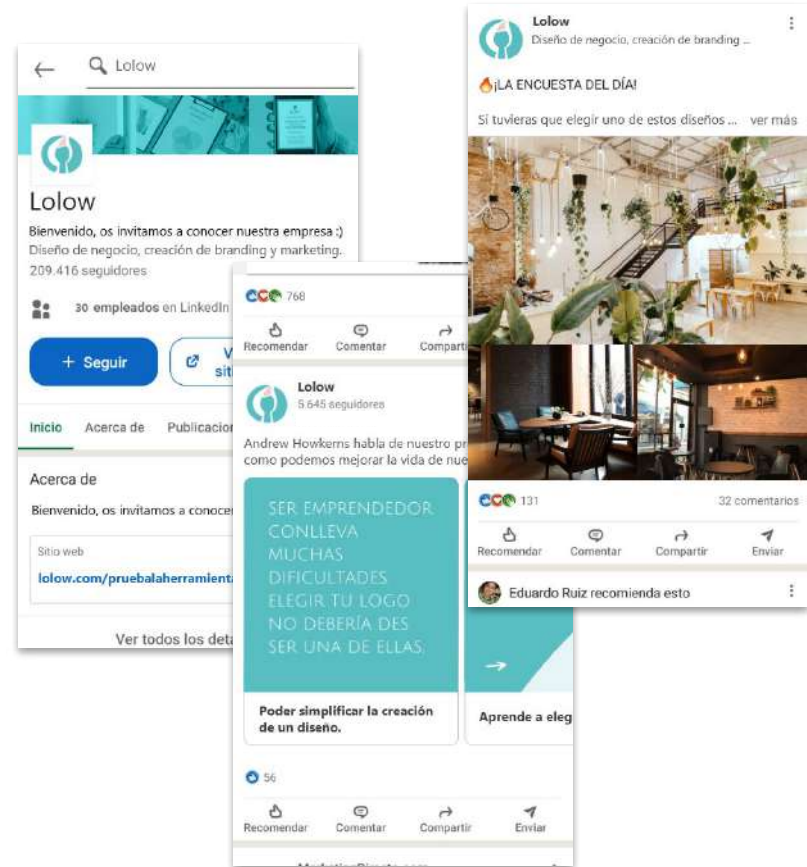
- 1 post / diario.
 - Foto, documento o encuesta.
- 1 evento mensual.

Interacciones

- Interacciones con comentarios.

B2B

- Analizar los perfiles de **empresas de nueva creación** interesados en decorar un establecimiento y ofrecerles probar la herramienta.
- Contacto con **representantes cosméticos/capilares** y **comerciales de restauración.**



YOUTUBE

Contenido:

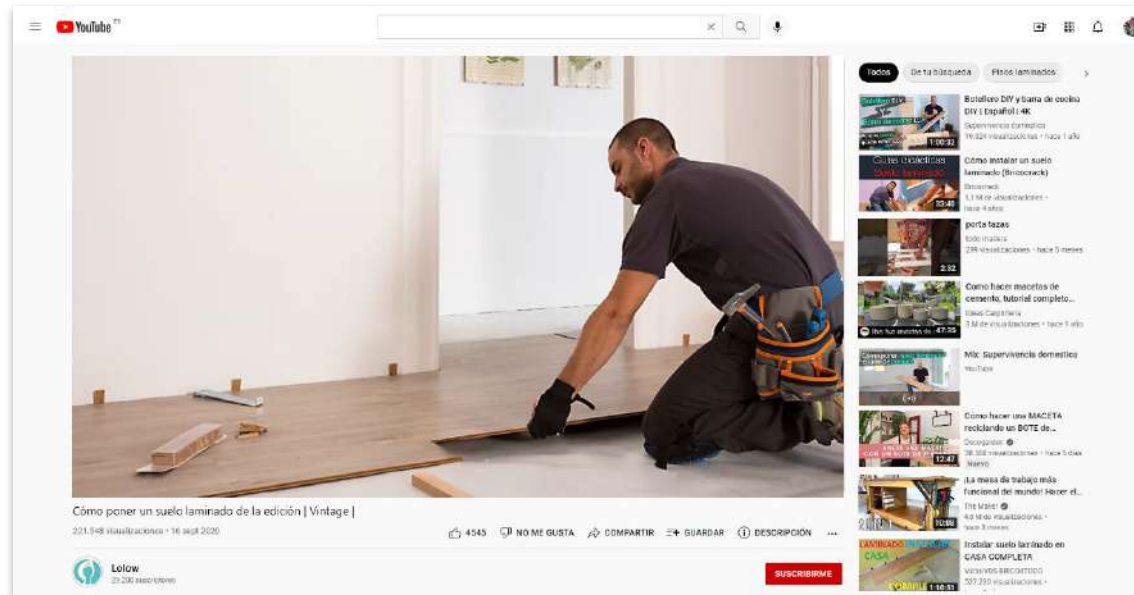
- Englobará todos los pasos necesarios para poder sacar el 100% del partido a la herramienta.
 - Decoración del local.
 - Creación de página web con la plantilla.
 - Cómo conseguir mejor posicionamiento en redes sociales.

Publicaciones:

- 1 Video largo a la semana

Interacciones

- Interacciones con comentarios



PAID MEDIA



GOOGLE ADS

Público objetivo:

- Variables socio-demográficas
 - Edad: 27-45 años
 - Sexo : todos
 - Nivel social: Clase media
- Variables psicográficas:
 - Personalidad: personas muy activas, emprendedores.
 - Estilo de vida: muy dedicados a su trabajo.
- Variables geográficas
 - Ubicación geográfica: España
 - Idioma: Español
- Variables de conducta:
 - Beneficio buscado: conseguir un diseño de calidad a un precio razonable, fácil y rápido de realizar.
 - Información sobre el producto: ninguna, el cliente desconoce la existencia de la herramienta.

Canales

- Display
- Google Shopping
- Youtube
- Red de búsqueda

Objetivos

- Dar visibilidad a Lolow
- Uso de la herramienta



GOOGLE ADS

Tamaño anuncios de Display

Dispositivos móviles

300x200



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo
Apostamos por ayudar a los emprendedores, haciéndoles el inicio un poco más fácil.

START NOW

250x250



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo
Apostamos por ayudar a los emprendedores, haciéndoles el inicio un poco más fácil.

START NOW

300x100



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo.

START NOW

200x200



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo
Apostamos por ayudar a los emprendedores, haciéndoles el inicio un poco más fácil.

START NOW

300x50



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo.

START NOW

Ordenadores

970x90



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo
Apostamos por ayudar a los emprendedores, haciéndoles el inicio un poco más fácil.

START NOW

160x600



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo
Apostamos por ayudar a los emprendedores, haciéndoles el inicio un poco más fácil.

START NOW

300x250



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo
Apostamos por ayudar a los emprendedores, haciéndoles el inicio un poco más fácil.

START NOW

200x200



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo
Apostamos por ayudar a los emprendedores, haciéndoles el inicio un poco más fácil.

START NOW

300x600



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo
Apostamos por ayudar a los emprendedores, haciéndoles el inicio un poco más fácil.

START NOW

336x280



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo
Apostamos por ayudar a los emprendedores, haciéndoles el inicio un poco más fácil.

START NOW

120x240



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo.

START NOW

970x250



COMENZAR UN NEGOCIO ES DIFÍCIL.
Diseñarlo no debería de serlo
Apostamos por ayudar a los emprendedores, haciéndoles el inicio un poco más fácil.

START NOW

MARKETING CON INFLUENCERS



MARKETING CON INFLUENCERS

Brief



Objetivo:

Nuestro objetivo es generar interacciones con la herramienta.

- Los influencers deberán de animar a la prueba e incentivar el uso de la misma.



Plataformas:

- Instagram (IG+Facebook),
- LinkedIn



Target:

Target primario: emprendedores de 25 a 40 años

Target secundario: empresarios que quieren reformar su local 35 a 55 años



KPI's:

Principalmente nos interesa en **número de Clics** que realizan los clientes.

También es importante el **número de impresiones** que conseguimos, para saber cuanta visualización ha conseguido la marca.

MARKETING CON INFLUENCERS

Media strategy

- IG y Facebook será la plataforma elegida para realizar la campaña de LOLOW, a través de estas redes sociales alcanzaremos a profesionales interesados en el emprendimiento, o bien aquellos que están interesados en la renovación de su imagen de marca.
- Para realizar la campaña se trabajará con **perfiles profesionales** de cada uno de los sectores que abarca LOLOW, estos perfiles mostrarán la herramienta y sus ventajas.
- Debido a que el algoritmo de IG y Facebook hace cada vez más difícil el alcance orgánico, apoyaremos la campaña con una inversión en medios pagados .

Características de la campaña

- **Audiencia**
 - Target: 25-40 años
 - Hombres y mujeres profesionales
 - Ubicación: España
- **Tipo de influencer**
 - Micro Influencers

MARKETING CON INFLUENCERS

Escenario

- 4 Talents: 4 micro influencers
- Publicaciones: 5 IG reels + 5 post
- Salario micro influencer: 1000€
- Paid Media 67,88 € /día
- Campaña 7 días

Impresiones
(garantizadas)

130.000

CPM
(Estimado)

11,34



penachef

47.2K seguidores



juandiegoteo_

42.6K seguidores



tamarafreitas.micro

40.9K seguidores



palomacornejo

27.3K seguidores

MARKETING CON INFLUENCERS

Distribution plan

Restauración

Mes de campaña:

Febrero



Paid amplification

Motivo del mes de febrero:

- Fin de temporada navideña

Centro de estética / clínicas /peluquerías

Mes de campaña:

Julio



Paid amplification

Motivos mes de Julio:

- Finalización de los FP profesionales
- Comienzo temporada baja demanda de trabajo.

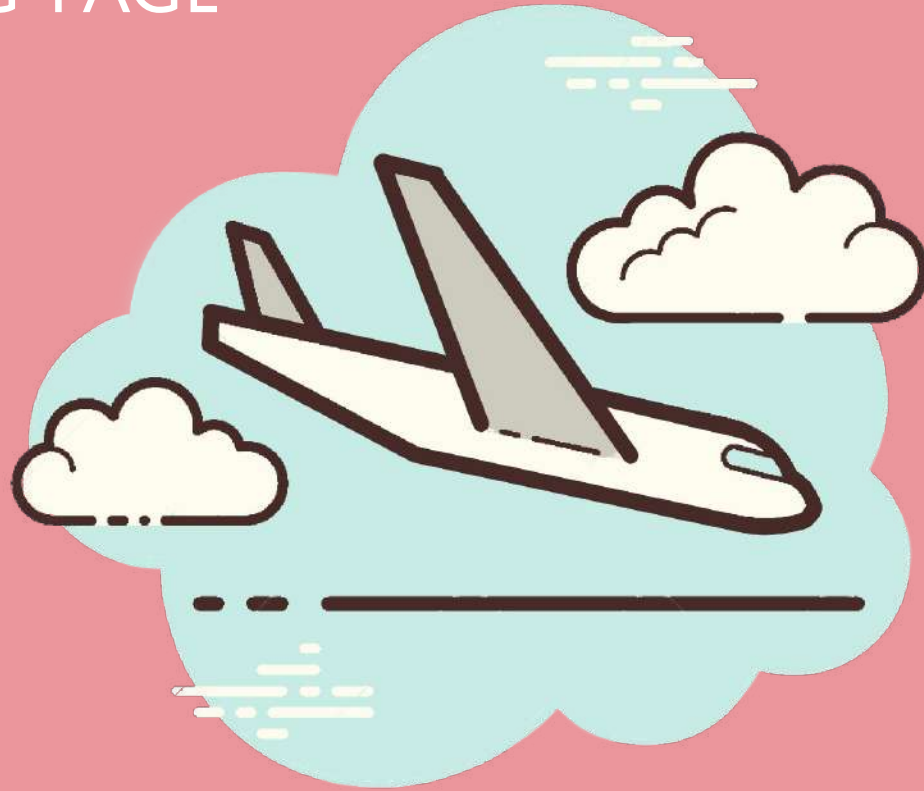
Post:

- Pequeño video diseñando cómo quedaría la renovación de su local.

Reels

- Video hablando de las ventajas de la herramienta y animando a probarla indicando que es gratuita.

LANDING PAGE



LANDING PAGE

- Una vez el cliente accede a un anuncio, entra directamente a la siguiente **página de aterrizaje**.
- La finalidad de la página de aterrizaje es **animar al cliente a probar la herramienta**.
- La estrategia utilizada para conseguir llamar a la acción al cliente ha sido:
 1. Mostrar un **vídeo inicial** donde se muestra un anuncio resumen de todos los pasos a seguir con la herramienta.
 2. Explicación detallada de cada uno de los **pasos**.
 3. Dar visibilidad al hecho de que la herramienta es gratuita.
 4. **Opiniones** de los clientes
- Para conseguir un posicionamiento orgánico de la página de aterrizaje se utilizarán las siguientes **Keywords**:
 - Crea tu empresa.
 - Branding de empresa.
 - Diseño web
 - Diseño Logo
 - Diseño Local
 - Gratis.

Crea tu empresa
Convierte al diseño en tu aliado, consigue crear tu empresa en pocos pasos.
Herramienta gratuita

¿Qué es el branding de la empresa?
El branding es un conjunto de estrategias que se utilizan para crear la imagen de marca de una empresa.
Abarca diferentes componentes, estos pueden ser el Naming, la imagen corporativa, el posicionamiento, la leyenda de marca, etc.
Nosotros nos encargamos de ponerte fácil la elección de tu imagen corporativa, siempre puedes ponerte en contacto con nuestros expertos para que te ayuden durante todo el proceso.

Diseña tu local
En primer lugar, comenzamos realizando el diseño del local.
En esta parte del proceso elegimos los colores de la pintura de la pared, el papel pintado y el suelo.
Además también podrás elegir los muebles que más combinen con tu diseño y accesorios para la decoración.

Diseña tu logo
En segundo lugar, se tendrá que realizar el diseño del logo.
Como resultado del gran trabajo de nuestros diseñadores, tendrás siempre disponible gran cantidad de logos que podrás personalizar para tu negocio.

Diseña el formato papel
A continuación toca elegir el diseño de las tarjetas de visita y también del menú / flyer de nuestro comercio.
Así como nuestros diseñadores trabajan para crear los mejores logos, también crean los diseños más óptimos para tu negocio.
Es por ello que en esta parte de la herramienta diseñamos

LANDING PAGE

SEO

The screenshot shows the WordPress admin dashboard for the AIOSEO plugin. The main content area displays the configuration for a snippet titled "Diseña en pocos pasos tu empresa con Lolow". The snippet text is: "¿Te gustaría diseñar tu negocio pero no sabes como hacerlo? Con Lolow podrás hacerlo de forma fácil, rápida y sobre todo, ¡divertida!". The page title is set to "Diseña en pocos pasos tu empresa con Lolow". The AIOSEO sidebar on the right shows the snippet preview and various settings like Focus Keyphrase, Additional Keyphrases, Basic SEO (All Good!), Title (All Good!), and Readability (2 Errors).

<https://lorena.mdamplus.com/lolow/dise-na-en-pocos-pasos-tu-empresa-con-lolow/>

The landing page features a pink and teal color scheme. At the top, it says "Diseño web" and "Por último nuestra herramienta te acompañará cual es la página web que más combina con tu diseño." Below this, it states "Una vez finalizada recibes la plantilla, es tan fácil como seguir paso a paso los tutoriales que te facilitaremos y de creación tu propia web!". A small screenshot of a website is shown.

¡La herramienta es gratis!

Utilízala en tu ordenador, tablet o móvil.

- 1 Usa ilimitado de la herramienta, creaciones y combinaciones completas infinitas.
- 2 Solo pagas por aquellos productos que añades al carrito.
- 3 Si solo quieres utilizar la web para crear ideas, eres libre de hacerlo.
- 4 Todos los diseños que ofrecemos son creados con mucho amor por nuestro equipo.

[¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡](#)

Opiniones de nuestros clientes

Laura González
★★★★★
La herramienta 100% me ha ayudado muchísimo a crear mi negocio. Tiene un pequeño problema con un error y me lo solucionaron estupendo, muy buena atención al cliente.

Antonio Pérez
★★★★★
Me encanta porque al realizar mi proyecto por esta herramienta, desde el inicio de que me contactaron me facilitaron todo lo necesario, lo pude hacer muy rápido, realmente me va a ayudar muy fuerte por dentro.

Me gusta porque es muy fácil de usar.

ACCESIBILIDAD



ACCESSIBE

La interfaz de accessiBe es una herramienta de diseño y ajuste de la interfaz de usuario, se basa en la modificación de la accesibilidad en función de la necesidad individual de cada usuario. Se adapta a multitud de discapacidades, permitiendo que todo el mundo tenga acceso a internet.

¿Porqué implementar AccessiBe en la web?

Internet tiene la capacidad de incluir a aquellos que siempre se han visto apartados de la sociedad, aunque se puede realizar una página web que sea lo más accesible posible para todo el mundo, siempre quedará alguien fuera, esta herramienta hace que todo el mundo tenga las mismas oportunidades.



¿Que permite modificar?

1. Seleccionar un perfil de accesibilidad dependiendo de la discapacidad.
2. Ajustes de contenido
3. Color y ajustes de pantalla
4. Ajustes de navegación

ACCESSIBE

Sabemos que no es nada fácil llevar un negocio.

Deja que nosotros te pongamos fácil diseñarlo.

[Comienza ahora](#)

Ajustes de accesibilidad

[Reiniciar](#) [Declaración](#) [Esconder](#)

Buscar en el diccionario en línea

Elige el perfil de accesibilidad adecuado para usted

No	SI	Perfil seguro de epilepsia Elimina los destellos y reduce el color.
No	SI	Perfil de discapacidad visual Mejora las imágenes del sitio web. <small>Este perfil ajusta el sitio web, de modo que sea accesible para la mayoría de las discapacidades visuales, como Degrading Eyesight, Tunnel Vision, Cataract, Glaucoma y otras.</small>
No	SI	Perfil de discapacidad cognitiva Ayuda con la lectura y el enfoque.
No	SI	Perfil amigable para el TDAH Más concentración y menos distracciones.
No	SI	Usuarios ciegos (lector de pantalla) Usa el sitio web con un lector de pantalla.

Interfaz de accesibilidad por accesible Web Accessibility

Decide cual será tu estilo Mira el diseño de tu web

Diseños

Todos estos proyectos han sido realizados en LOLOW.
No es por fardar pero, ¿No os parecen estupendos?

Diseños sencillos, bonitos, con varios elementos decorativos disponibles en la tienda.

Sabemos que no es nada fácil llevar un negocio.

Deja que nosotros te pongamos fácil diseñarlo.

Ajustes de accesibilidad

[Reiniciar](#) [Declaración](#) [Esconder](#)

Buscar en el diccionario en línea

Elige el perfil de accesibilidad adecuado para usted

No	SI	Perfil seguro de epilepsia Elimina los destellos y reduce el color.
No	SI	Perfil de discapacidad visual Mejora las imágenes del sitio web.
No	SI	Perfil de discapacidad cognitiva Ayuda con la lectura y el enfoque.
No	SI	Perfil amigable para el TDAH Más concentración y menos distracciones. <small>Este perfil reduce significativamente las distracciones y el ruido para ayudar a las personas con TDAH y trastornos del desarrollo neurológico a navegar, leer y enfocarse en los elementos esenciales del sitio web con mayor facilidad.</small>
No	SI	Usuarios ciegos (lector de pantalla) Usa el sitio web con un lector de pantalla.
No	SI	Tactado de navegación (motor) Usa el sitio web usando el teclado.

Ajustes de contenido

Interfaz de accesibilidad por accesible Web Accessibility

Decide cual será tu estilo Mira el diseño de tu web

Diseños

Todos estos proyectos han sido realizados en LOLOW.
No es por fardar pero, ¿No os parecen estupendos?

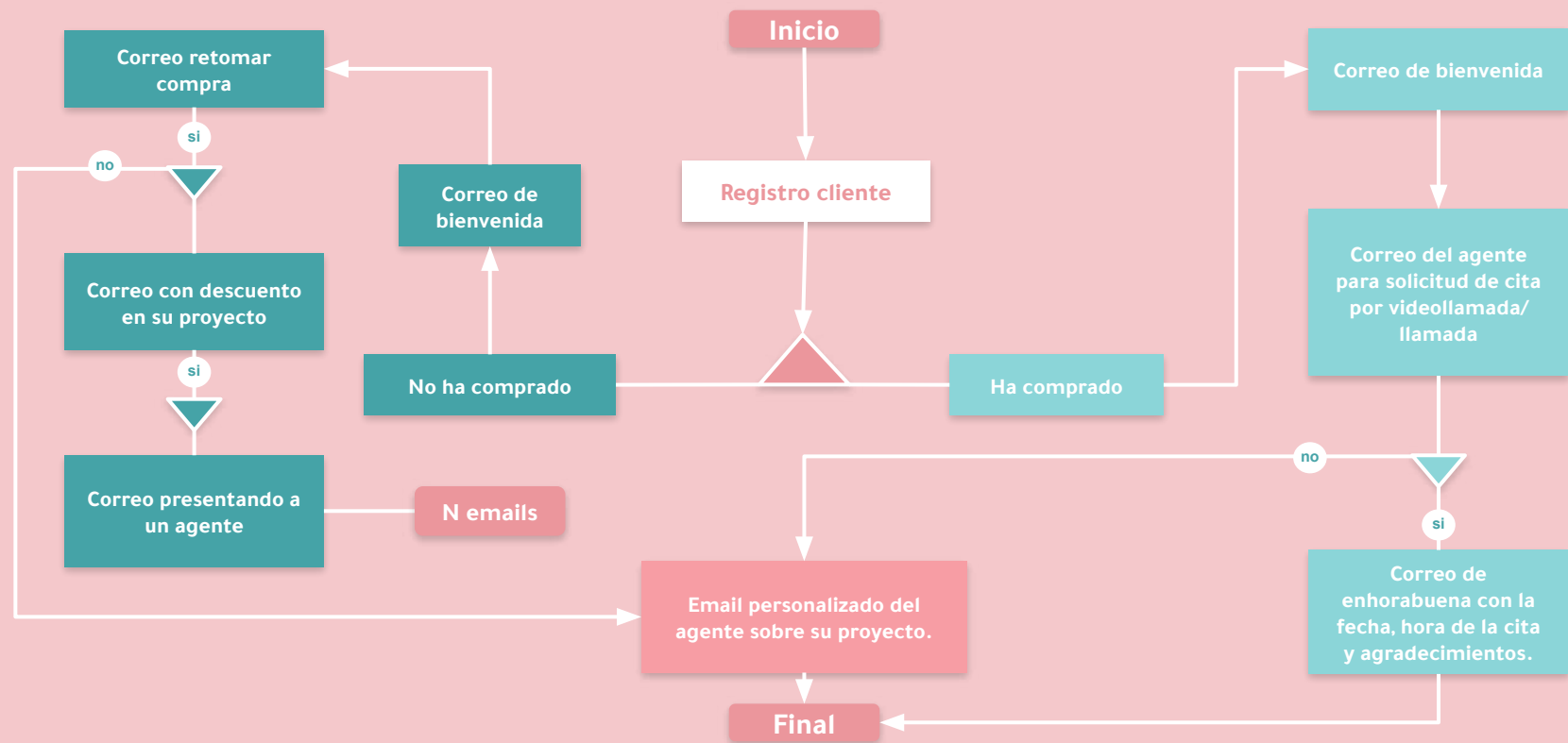
Diseños sencillos, bonitos, con varios elementos decorativos disponibles en la tienda.

Tú decides que es lo que quieres y LOLOW lo hace realidad.

EMAIL MARKETING



DIAGRAMA DE FLUJOS



DISEÑO DEL EMAIL

- Para realizar las campañas se utilizará **Mailchimp**.



- La estrategia de Email Marketing tiene dos objetivos:
 - **Animar a la compra** a aquellos clientes que han realizado el proyecto completo pero no la han finalizado.
 - Conseguir **poner en contacto al agente** con el cliente.
 - Para poder ayudarle con todo el proceso a la hora de crear su proyecto.
 - Para en un futuro poder ofrecerle la suscripción al servicio de Marketing digital que ofrece la Web.

